

地域資源総合利用による奄美群島航空路線の維持・活性化実証試験事業

(奄美群島航空路線利用促進協議会)

地域資源を活用した新サービスや新商品の提供を実験的に行うことにより、閑散期における航空路の利用率向上とそれによる地域経済への波及効果を検証するとともに、新サービス等の事業化可能性を検証することを目的に実施した事業。

当社は、広報支援、新サービス等の事業に対する支援、事業化可能性の検証、モニターツアーの記録等を行った。

■実証実験概要

実施期間：2010/1/5～3/4（58日間）

対象路線：JAL羽田～奄美大島、伊丹～奄美大島

実施便数：各路線ともに1往復/日 *対象路線は、先得以外に高い割引率の運賃設定がない路線

実証実験内容：直接的な利用者増のための試み

「特便割引7」の導入と告知/特産品進呈、宿泊料割引

奄美への関心喚起、知名度向上を利用者増につなげる試み

事業PRのなかでの奄美PR/特産品カタログ配布/奄美メッセージ事業/奄美空港限定販売「奄美シマ弁」販売/奄美2世・3世ツアー/修学旅行代理店ツアー/ビジネスツアー

■事業のポイント

- ・ 自然・文化の多様さや日常の暮らしを奄美の魅力としてPR!
- ・ 奄美を深く知る理解者の獲得とネットワークづくり
- ・ 事業の定着による地域産業の活性化、人材活用



キャンペーンロゴ

■実証実験の概要

特産品カタログ	<p>目的：奄美大島⇄伊丹・羽田便の利用者増、カタログによる奄美や奄美の特産品のPR、特産品のカタログ販売やギフトカタログ商品化の可能性を探る</p> <p>実施内容：奄美の特産品30点（5000円相当）を掲載した「奄美特産品カタログ」を奄美空港で配布し、申し込みのあった希望者に抽選でカタログ掲載商品をプレゼント</p>	
宿泊クーポン	<p>目的：奄美大島⇄伊丹・羽田便の利用者増</p> <p>実施内容：対象期間中、対象路線に対象運賃で搭乗した方を対象に、本業務提携宿泊施（19施設）で搭乗半券を提示することにより最大5000円割引をするもの。</p>	
奄美シマ弁	<p>目的：地場産品の活性化と奄美のPR、奄美空港の魅力化</p> <p>実施内容：奄美の健康食材や長年食べられてきた郷土料理を取り入れた弁当「奄美シマ弁」を開発し、地元工芸品とセットにして販売。料理の専門家と地元弁当製造業者が、東京在住のモニターの意見も参考にしながら企画。地元生産者からは食材提供の協力あり。</p>	
メッセージ	<p>目的：奄美のPR、奄美ファンの発掘</p> <p>実施内容：奄美空港を発つ人に「奄美メッセージセット」を配布し、訪問先で奄美をPRしてもらうことを依頼。セットの中に入っている500円相当のお土産の評価、メッセージ希望の有無をアンケートで返送してもらう。</p> <p>*メッセージセット：500円相当のお土産、メッセージカード、メッセージ名刺など</p>	
ツアー	<p>目的：奄美の地域資源を活用したツアーの商品化の可能性を探る。</p> <p>実施内容：ICT企業誘致のためのモニターツアー/ソーシャルビジネス誘致のためのモニターツアー/特産品新商品開発、販路開拓のための視察ツアー/旅行会社・教員を対象としたツアー/奄美群島出身者の子ども向けツアー</p>	

■実証実験結果

(1) 対象路線の利用実績

目標達成率：(対象運賃収入額/目標額)

羽田～奄美 114% 伊丹～奄美 130%

対象期間利用数の前年比推移：(今年1～2月の前年比)

JAL全路線：95.0% 羽田及び伊丹～奄美便：97.6%

(2) 新商品・新サービスの事業化、定着等の観点からみた評価

特産品カタログ

- ・ 事業者からも購入者からも高い評価を得、奄美の特産品カタログとして定着確実

奄美メッセンジャー

- ・ 奄美メッセンジャーや奄美PRへの協力意向がある奄美PR応援団の候補を発掘

奄美シマ弁

- ・ 奄美産食材、料理にこだわった奄美ならではの弁当を創り出すことに成功
- ・ 「奄美シマ弁」の販売継続が決定
- ・ バリューチェーン形成の手掛かりができた

体験型ツアー

- ・ 奄美には修学旅行先として沖縄をしのぐ優れた自然体験資源があることを確認した
- ・ 修学旅行の獲得に成功、修学旅行誘致のためのモニターツアーの継続も検討される

ビジネス型ツアー

- ・ 商談や企業合宿誘致など新たな展開に発展(島外ICT企業モニターツアー)
- ・ 消費者や小売店と直接接することで、特産品の新商品開発に活かせる売れ筋商品の傾向を直に把握できるなど、生産者自らが市場調査を行う重要性が認識された(特産品視察ツアー)

(3) 奄美の認知度向上、理解促進の観点からの取り組み評価

- ・ 奄美のPRの要として意図した「奄美の自然・文化の多様性」「奄美の日常的な暮らしの豊かさ」をアピールするという方向性が、来訪者に受け入れられた

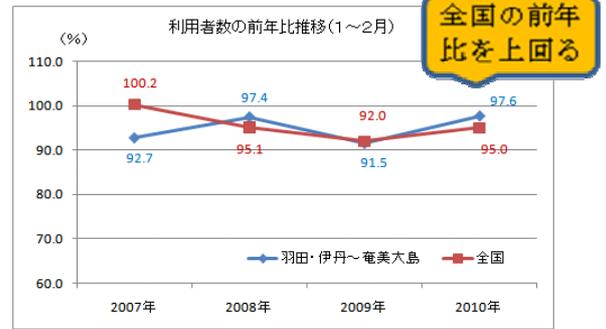
(4) 地域経済活性化効果につながる事業としての評価

- ・ 特産品カタログの継続配布、商品化で、奄美の特産品の販売促進効果が期待される
- ・ 「奄美シマ弁」の事業化で、奄美産食材の活用が高まり、一次産業の活性化にも貢献
- ・ 体験ツアーの定着により各種地域産業への経済効果、人材活用が期待される

(5) 航空路利用者増の観点から見た評価

- ・ 「特便割引7」を利用した人の64%が「運賃そのものがお得」と感じて利用したことも明らかとなり、利用者増を後押しする要因のひとつになったといえる。 *特産品カタログ申込者アンケート結果より
- ・ コアな奄美ファンにうまく情報を提供することで、大都市圏での奄美のPRがより効果的なものとなり、それが奄美への来訪に確実に繋がっていくことが期待される。
- ・ 体験型ツアーにおいては、受け入れ組織態勢の整備、地元ツアーコーディネーターの育成、修学旅行用運賃の見直しなどの課題をクリアすれば、ますます需要が増えることが期待される。

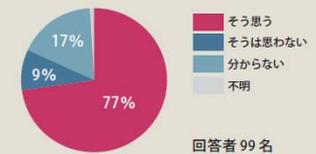
目標達成



【商品ジャンル別申込件数】

ジャンル	掲載件数	申込み件数	1業者あたり平均申込み数
奄美黒糖焼酎	4件	202件	50.5件
食品	15件	550件	36.7件
CD	1件	9件	9件
パール製品	1件	37件	37件
Tシャツ	1件	20件	20件
本場奄美大島袖製品	8件	115件	14.4件
合計	30件	933件	平均31件

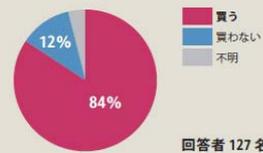
今後もカタログで購入したいと思いますか？



【購入したい理由】

「手に入りにくいものだから」「今回届いた商品の内容がよかったから」「贈答用としても重宝しそうだから」など

奄美シマ弁をまた買いたいと思いませんか？



【買いたい理由】

「美味しかったので次は他の種類のシマ弁を買いたい」「最後まで旅行気分が楽しめるから」「空港にはレストランも少なく、手軽に食べられるから」「こういう奄美らしいお弁当はなかなかないから」

モニターツアーに参加した子どもたちの奄美のイメージの変化

参加前イメージ	参加後イメージ
・自然・山ばかり ・田舎 ・海がきれい ・沖縄と似た感じ ・食べ物がおいしい	・自然が豊か ・人が沢山住んで活気に満ちていた ・優しい人ばかり ・奄美にしか無いものが多い事を知った ・島唄を大切に、自然に誇りを持っている